



BAB III

ANALISIS INDUSTRI PESAING

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3.1. Tren dan Pertumbuhan Industri

Analisis industri pesaing merupakan suatu riset untuk melakukan kegiatan mengumpulkan data-data mengenai pesaing disuatu bisnis dan juga dapat digunakan untuk menjadi suatu taktik agar mudah mengetahui apa yang sedang dilakukan para pesaing. Pesaing adalah penjual yang menghasilkan barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan, kualitas manusia akan meningkat akibat adanya persaingan yang sehat.

3.2. Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah suatu proses atau cara untuk mengidentifikasi ancaman dan peluang yang ada dari kompetitor, langkah yang harus dilakukan penjual untuk mengetahui secara utuh kondisi pesaing, dengan tujuan memudahkan penjual menentukan langkah-langkah selanjutnya:

a. Kualitas produk yang ditawarkan

Mengidentifikasi secara lengkap dan benar produk yang dimiliki pesaing dan melakukan identifikasi pesaing utama yang terdekat serta pesaing lainnya yang berpotensi mengancam.

b. Identifikasi keunggulan dan kelemahan

Mengidentifikasi kelemahan dan keunggulan pesaing dalam berbagai bidang, misalnya dalam hal kelengkapan produk, mutu, kemasan, harga, distribusi, serta promosi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan langkah-langkah identifikasi tersebut, pemilik menyimpulkan ada beberapa pesaing potensial dengan menawarkan produk sejenis dengan produk yang dijual pemilik.

Berikut adalah daftar pesaing yang memiliki kemungkinan besar bertemu di *market*.

Tabel 3.1
Data Pesaing *Happy Dog Pet Shop*

No	Pesaing	Alamat	Kekuatan	Kelemahan
1	Pet Shop Garden 15	Jl.Hankam Bekasi, Jawa Barat No 26.C	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki dokter praktek Disediakan rawat inap Dokter 24 jam Supplies makanan import Lokasi strategis 	<ol style="list-style-type: none"> Harga yang kurang terjangkau Tempat kurang strategis Karyawan sedikit Tidak ada promo disetiap pembelian
2	Amazon Pet Shop 2	Jl. Pulo sirih Jaka Setia, Kota Bekasi No 18	<ol style="list-style-type: none"> Terdapat jasa grooming Memiliki stock makanan import Memiliki jasa penitipan hewan Dapat di pesan secara daring 	<ol style="list-style-type: none"> Tempat yang sempit Pet hotel dengan kapasitas sedikit Karyawan kurang memadai Tidak menerima pesanan online

Sumber : *Happy Dog Pet Shop*

3.3. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah analisis yang memungkinkan suatu organisasi untuk dapat menentukan dan mempelajari tentang faktor yang dapat mempengaruhi bisnis dimasa sekarang maupun masa yang akan datang. Dengan analisis PESTEL yang digunakan, pemilik berharap untuk dapat melihat dengan baik Ketika melakukan riset pasar.

Analisis *Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal* dapat disebut juga sebagai analisis PESTEL. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam analisis PESTEL :

a. Politik (*Politic*)

Faktor politik analisis PESTEL mencakup semua aspek pemerintah yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kegiatan bisnis perusahaan

Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak pra-Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Anda. Faktor-faktor ini meliputi:

- sistem ekonomi negara,
- kebijakan luar negeri saat ini dan masa depan,
- hubungan bilateral,
- stabilitas sistem politik,
- kebebasan pers,

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pembayaran online *Happy Dog Pet Shop* akan dilakukan melalui Paypal jika Internasional dan \$ akan dikonversi menjadi IDR. Pembelian lokal akan dilakukan dalam IDR.

b. Ekonomi (*Economic*)

Faktor ekonomi dapat memberikan wawasan tentang perkembangan ekonomi pasar yang diminati perusahaan Anda. Faktor-faktor tersebut meliputi:

- pertumbuhan ekonomi,
- produk domestik bruto,
- populasi,
- kondisi produksi,
- perilaku konsumen,

c. Sosial Budaya (*Socio Cultural*)

Saat mendeskripsikan faktor sosial budaya, pertama-tama Anda harus mempertimbangkan demografi:

- distribusi umur,
- kelas sosial,
- tingkat pertumbuhan penduduk,
- bahasa,

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. **Teknologi (*Technology*)**

Perkembangan teknologi juga dapat mengarah pada peluang dan risiko untuk model bisnis Anda. Faktor teknologi yang harus Anda pertimbangkan dalam analisis PESTEL meliputi:

- pengeluaran pemerintah untuk penelitian dan pengembangan,
- tingkat inovasi,

Menurut survei pemilik hewan peliharaan internasional yang dilakukan oleh Packaged Facts pada Agustus 2020, 79% pemilik mengatakan mereka lebih sering menggunakan internet, dengan 71% memesan dan membeli lebih banyak secara online, 56% memesan / membeli lebih banyak dengan aplikasi ponsel cerdas, dan 49% pembelian bahan makanan secara online lebih banyak. “Sekarang, dengan pandemi yang meledak, e-commerce telah waspada dengan cepat sedemikian rupa sehingga dalam semalam, strategi online yang kuat telah menjadi komponen penting dari operasi pasar hewan peliharaan besar dan kecil,” tulis David Lummis, pemimpin analisis pasar hewan peliharaan untuk Fakta yang Dikemas, dalam Laporan Status

Industri Berita Produk Hewan Peliharaan & Panduan Pembelian Tahunan.

e. **Lingkungan (*Environment*)**

Faktor lingkungan termasuk fitur fisik dan geografis seperti:

- iklim,
- topografi,
- ukuran negara,

Happy Dog Pet Shop akan menggunakan platformnya untuk membangun masyarakat pecinta hewan peliharaan yang positif. Kami juga akan sering membagikan berita tentang cara merawat hewan peliharaan dengan benar dan kami



akan menyoroiti kasus-kasus negatif yang beredar di media. Kami ingin benar-benar transparan dengan anggota komunitas kami. Kami akan mengikuti organisasi seperti Karmagawa (di IG dan platform media sosial lainnya). Kami akan mengungkap kasus pelecehan hewan dan menyebarkan berita secara online untuk membantu mendidik orang tentang cara melaporkan kasus ini ke pihak berwenang setempat dan membantu hewan dalam keadaan seperti itu

Tabel 3.2
Penggunaan E-commerce di Indonesia

1.	Indonesia	88.1%	6.	Jerman	84.9%
2.	Inggris	86.9%	7.	Irlandia	84,9%
3.	Filipina	86.2%	8.	Korea Selatan	84,1%
4.	Thailand	85,8%	9.	Italia	82,9%
5.	Malaysia	85,7%	10.	Polandia	82,8%

Sumber: www.google.com

Menurut gambar diatas dapat membuktikan peluang usaha online yang dapat memberikan dampak pertumbuhan ekonomi bagi Indonesia.

f. Legal

Cakupan tindakan perusahaan Anda di pasar sasaran sangat bergantung pada sistem hukum negara yang bersangkutan serta kesadaran hukum masyarakat umum. Dalam analisis PESTEL, Anda akan memeriksa mana dari faktor berikut, antara lain, yang memengaruhi perusahaan Anda:

- undang-undang persaingan,
- undang-undang anti monopoli,
- peraturan lingkungan,
- undang-undang perlindungan konsumen,
- persyaratan kesehatan dan keselamatan kerja,



Pembayaran online akan dilakukan melalui Paypal jika Internasional dan \$ akan dikonversi menjadi IDR. Pembelian lokal akan dilakukan dalam IDR.

3.4. Analisis Pesaing (*Porter's Five Forces Business Model*)

Adanya persaingan dalam bisnis secara tidak langsung membuat semua penjual berlomba-lomba untuk bersaing dengan kualitas dan harga yang terjangkau. Hal ini memberikan keuntungan bagi konsumen karena ketersediaan barang yang banyak memberikan pilihan variasi produk yang menarik dan juga memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi.

Hal yang dibutuhkan dan digunakan bagi bisnis UMKM untuk dapat melihat tingkat intensitas keuntungannya dan kekuatan industri adalah *Porter's Five Forces Business Model*. Adanya model tersebut didasari oleh adanya pandangan *industrial organization* yang memperhatikan faktor eksternal untuk melihat keunggulan dalam bersaing. Faktor utama yang mempengaruhi kinerja dalam bisnis adalah kekuatan industri dalam bersaing.

Gambar 3.1
Lima Kekuatan Persaingan Model Porter



Sumber: Fred R. David dan Forest R. David (2017:229), *Strategic Management*

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Persaingan antar Perusahaan yang ada (*Competitive Rivalry*): Tinggi

C *Competitive Rivalry* yang dimaksud adalah competitor dalam hal ini yang bergerak di industri dengan produk sejenis, yang bersaing dengan memperebutkan pasar yang sama. Biasanya kondisi yang terjadi dalam produk yang sejenis meliputi harga, kualitas produk, pelayanan dan hal tersebut menjadi penilaian tersendiri untuk konsumen.

Pada biasanya pihak konsumen akan mencari produk dan layanan yang lebih baik atau pun harga yang lebih rendah. Sebaliknya jika tidak ada persaingan atau dapat dikatakan tidak ada competitor dalam industri, maka akan terjadi harga produk yang cenderung tinggi dan mempunyai kekuatan yang lebih besar untuk menguasai pasar.

Tingkat persaingan *Happy Dog Pet Shop* dapat dikatakan cukup tinggi karena jumlah penjual yang ada di *E-commerce* dan social media cukup banyak, oleh karena itu harus adanya inovasi dan kreatifitas untuk membuat iklan promosi agar menarik konsumen. Sehingga pemilik dapat bersaing dengan penjual produk sejenis.

b. Ancaman Pendetang Baru (*Threat of New Entrants*): Tinggi

Dunia bisnis akan selalu bergerak dinamis, industri beberapa yang gagal dan memilih berhenti dari persaingan tetapi ada selalu pembisnis baru yang ikut meramaikan industry bisnis. Dalam hal ini pemilik harus bijak dalam menghadapi para pendatang baru yang memiliki kemungkinan mengambil konsumen lama.

Para pendatang baru bisa menjadi kompetitor yang efektif untuk memasuki pasar industri dengan mengeluarkan sedikit modal dan usaha. Hal tersebut dapat memberikan ancaman terhadap pemilik, faktor ini dapat menjadi dapat menjadi salah satu kekuatan bisnis yang wajib dianalisa agar pemilik dapat memastikan untuk posisi produknya di pasar industri tidak diganggu oleh pendatang baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Untuk itu pemilik dapat memberikan *unique selling point*, salah satu contohnya dapat memberikan pilihan produk yang bervariasi dan juga memberikan sistem layanan beragam untuk dapat menjangkau konsumen dari berbagai tempat.

c. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*) : Tinggi

Bisnis yang dilakukan pemilik pasti tidak akan lepas dari input barang atau jasa sebagai suatu bahan baku untuk proses jual beli. Dengan itu pemasok memiliki peran penting dan bisa memberikan dampak pada kekuatan kompetitif bisnis.

Pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar menawar yang ada dalam konsumen dengan cara menaikkan harga atau pun dapat menurunkan kualitas produk yang dibeli. Pemilik berusaha untuk memperoleh pemasok dengan harga semurah mungkin dibarengi dengan kualitas produk yang baik, oleh karena itu *Happy Dog Pet Shop* memilih barang import untuk memperoleh kompetisi yang baik dibandingkan dengan pesaing.

Selain itu pemilik juga harus mengetahui jumlah pemasok potensial, semakin banyak pemasok yang dimiliki akan semakin banyak juga pilihan untuk memperoleh barang dengan harga yang bersaing. Itu artinya pemilik tidak hanya bergantung pada satu pemasok saja. Kekuatan tawar menawar pada pemasok pada *Happy Dog Pet Shop* dapat dikatakan rendah karena memiliki pemasok yang bervariasi sehingga banyak pilihan untuk dapat memperoleh barang dengan kualitas bagus dan harga yang bersaing.

d. Ancaman Produk Substitusi (*Threat of Substitutes*): Tinggi

Salah satu faktor penting dalam kesuksesan pembisnis adalah menjaga buying power dari pelanggan, semakin banyak pelanggan maka kekuatan pemilik akan semakin besar. Selain itu pemilik juga harus mengetahui loyalitas pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dalam dalam membeli produknya dan kemungkinan berpindah ke kompetitor.

Ⓒ Kekuatan tawar menawar pada *Happy Dog Pet Shop* termasuk rendah, harga jual yang ada di E-commerce sudah tetap dan tidak akan dirubah kecuali adanya promosi.

e Ancaman Produk Substitusi (*Threat of Substitutes*): Rendah

Pemilik tidak hanya harus memperhatikan pada kompetitor di dalam industri pasar melainkan harus mengerti dengan kehadiran kompetitor yang mampu membuat produk pengganti sebagai produk substitusi. Produk yang dapat menggantikan suatu barang di industri tentunya akan menjadi ancaman nyata bagi pemilik, jika pemilik tidak memiliki produk serupa yang dapat disubstitusi maka tingkat kekuatan bisnis dalam meningkatkan keuntungan akan menjadi rendah.

3.5. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix / CPM*)

Menurut Fred R. David (2017:236), "*The Competitive Profile Matrix identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position*".

Yang memiliki arti CPM adalah manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing di dalam sebuah industri, karena analisis CPM mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

CPM merupakan kegiatan untuk menganalisa aktifitas kerja untuk mengoptimalkan biaya total melalui pengurangan waktu dalam penyelesaian masalah yang bersangkutan. Analisis ini tidak jauh berbeda dengan analisis PESTEL, perbedaannya jika PESTEL menggunakan *activity oriented* sedangkan CPM menggunakan *event oriented*.

Activity oriented berfokus pada aktivitas kerja dengan beberapa keterangan aktivitasnya, sedangkan *event oriented* berfokus pada peristiwa yang terjadi dan merupakan



pokok perhatian dari suatu aktivitas. Langkah-langkah yang penting untuk melakukan dan dapat mempengaruhi kesuksesan dalam bisnis. Selanjutnya akan diberi peringkat pada setiap

faktor, 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan kecil, 2 = kelemahan kecil, 1 = kelemahan utama.

Kemudian hasil tersebut akan dihitung dengan dikalikan dengan bobot yang sudah ditentukan dan hasilnya akan menunjukkan apakah bisnis tersebut mampu bersaing atau tidak.

Semakin tinggi angka yang dihasilkan maka akan semakin tinggi juga kekuatan dari bisnis dan sebaliknya jika mendapatkan hasil yang rendah maka bisnis tersebut memiliki kelemahan di industri pasar.

Tabel 3.3
Competitive Profile Matrix Happy Dog Pet Shop

Critical Success Factor	Bobot	Happy Dog Pet Shop		Amazon Pet Shop		Garden Pet Shop	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga produk	0,412	4	1,648	4	1,648	4	1,648
Variasi produk	0,388	3	1,164	4	1,552	3	1,164
Kualitas layanan	0,118	4	0,472	3	0,354	4	0,472
Tempat toko strategis	0,82	3	2,46	3	2,46	4	2,46
Kecepatan pengiriman	0,294	3	0,882	3	0,882	4	1,176
Variasi produk	0,376	4	1,504	4	1,504	3	1,128
Promosi produk	0,47	3	1,41	4	1,88	2	0,94
Rating produk	0,282	3	0,846	3	0,846	2	0,564
Total	1	10.386			5,741		6.492

Sumber : Data Kuisisioner yang Diolah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Berdasarkan **Tabel 3.3** CPM dari *Happy Dog Pet Shop* dengan menggunakan perbandingan dengan pesaing potensial yang ada di Bekasi. Angka bobot didapat dari hasil kuesioner Berdasarkan hasil analisis CPM, *Happy Dog Pet Shop* mempunyai hasil skor tinggi pada variasi produk toko offline sebesar 37,6% dan variasi produk e-commerce sebesar 3,88%. *Happy Dog Pet Shop* bertempat di lokasi yang sangat strategis yaitu di depan jalan raya dan kompleks, produk yang ada di *Happy Dog Pet Shop* sangat lengkap, dan tergolong bervariasi mulai dari produk local dan import. Pelayanan yang di sediakan *Happy Dog Pet Shop* berkualitas yang baik dengan hasil 0,118%, kecepatan pengiriman di toko *Happy Dog Pet Shop* Terbilang cukup cepat dengan hasil 0,294%. *Happy Dog Pet Shop* memiliki hasil rating produk di shopee dan tokopedia, hasil dari ulasan konsumen, dengan hasil 0,282%. Harga produk di toko *Happy Dog Pet Shop*, termasuk dalam score yang tinggi, dengan hasil 1,648%

a. Harga produk

Harga produk adalah hasil yang tertinggi menurut kuisisioner. Dengan jumlah bobot 0,412, faktor harga produk sangat mempengaruhi pembelian produk kebutuhan hewan peliharaan, namun ulasan *Happy Dog Pet Shop* merupakan menjadi kelemahan, karena merupakan bisnis baru.

b. Variasi produk

Hasil dari kuisisioner dari jumlah variasi produk yaitu berbobot 0,388. Faktor variasi produk merupakan salah satu yang keputusan konsumen karena ketersediaan barang yang banyak dan bervariasi.

c. Kualitas layanan

Berdasarkan hasil kuisisioner kualitas layanan berbobot 0.118, yang berarti faktor layanan merupakan pilihan yang minim diperhatikan menurut kuisisioner. Namun *Happy Dog Pet Shop* akan memberikan layanan yang terbaik sebagai



keunggulan dan pembeda dari pesaing lainnya.

3.6. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:79), “An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T)”. Artinya evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), ancaman (T).

Analisis SWOT mengidentifikasi faktor internal maupun faktor eksternal secara sistematis untuk merencanakan strategi apa yang tepat diterapkan dalam sebuah perusahaan.

Tujuan perusahaan melakukan analisis SWOT adalah untuk memahami dan mengerti kondisi suatu bisnis diantaranya sebagai berikut:

- a. Memudahkan pemetaan faktor-faktor penting yang ada di sebuah rencana atau strategi. Dengan ini pemilik dapat mengetahui faktor-faktor internal yang ada di perusahaan sekaligus mengetahui faktor-faktor eksternal yang ada diluar perusahaan.
- b. Dapat mengetahui potensi-potensi pemicu permasalahan yang berupa kekurangan maupun ancaman, oleh karena itu dengan analisis ini dapat memudahkan pemilik dalam melihat kemungkinan masalah yang akan datang.
- c. Dapat menganalisis bisnis kompetitor agar dapat menyaingi dan mengalahkannya dalam persaingan secara nyata di industri pasar.
- d. Memudahkan pengambilan keputusan dengan perencanaan strategi dan penyelesaian masalah.

Dapat diartikan bahwa Analisa SWOT merupakan metode perencanaan suatu strategi dengan memahami komponen dari adanya analisis SWOT:

a. Strengths (S)

Strengths menggambarkan kekuatan yang dimiliki untuk menganalisis penjualan, keuangan, pemasaran, penelitian dan pengembangan produk untuk



menunjukkan keunikan dan kekuatan dari suatu bisnis. Pembisnis harus mampu menilai dan melihat faktor yang menjadi kekuatan dalam bisnis.

b. Weaknesses (W)

Hal yang harus dilihat dan dianalisis dalam faktor *weaknesses* adalah faktor yang masih membutuhkan peningkatan, hal yang harus dihindari, kekurangan yang dirasakan konsumen, faktor yang dapat menghilangkan penjualan, dan apa yang sedang kompetitor lakukan untuk menjadi lebih baik.

c. Opportunities (O)

Analisis peluang ini dibentuk pada awal mendirikan bisnis, peluang mengukurelemen pasar yang menarik. Peluang merupakan hasil dari pendapatan atau pertumbuhan pasar, perubahan persepsi pasar, solusi untuk kesulitan pasar yang sedang dihadapi.

d. Threats (T)

Ancaman menunjukkan faktor yang dapat membahayakan bagi strategi bisnis yang sudah berjalan dan juga menjadi faktor penentu untuk dapat bertahan diinstrri pasar. Unsur ancaman dapat berupa pesaing potensial, kelangkaan sumber daya, daya beli masyarakat menurun dan sebagai

Tabel 3.4
Analisis SWOT Happy Dog Pet Shop

Strengths	Weaknesses
1. Harga yang ditawarkan kompetitif 2. Kualitas produk import yang berkualitas 3. Pemasaran yang menjangkau ke konsumen 4. Varian produk bervariasi	1. Brand belum dikenal masyarakat luas 2. Ulasan produk belum banyak karena usaha baru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Opportunities	Threats
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengguna E-commerce yang meningkat 2. Perkembangan teknologi secara cepat yang membantu dalam pengembangan bisnis 3. Meningkat nya pemilik hewan peliharaan 4. Daya beli masyarakat yang tinggi pada produk perlengkapan hewan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru yang potensial 2. Adanya produk substitusi 3. Persaingan yang tinggi antar toko pet shop

Matriks SWOT digunakan untuk Menyusun faktor-faktor strategi bisnis. Dengan

matriks ini dapat menggambarkan besarnya peluang dan ancaman yang sedang hidapai dengan menyesuaikan kekuatan dan kelemahan. Matriks ini akan menghasilkan empat kemungkinan strategi yang akan terbentuk.

- a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mendapatkan peluang sebesar-besarnya
- b. Strategi ST (*Strengths-Threats*), menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi adanya ancaman
- c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang
- d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman



Tabel 3.5
Matrix SWOT Happy Dog Pet Shop

<p>Internal</p> <p>Eksternal</p>	<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan kompetitif 2. Kualitas bahan baku yang terjamin 3. Memiliki pelayanan yang baik 4. Mempunyai banyak varian produk 	<p>Weaknesses (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Brand belum dikenal masyarakat luas 2. Ulasan produk belumbanyak karena usaha masih baru 3. Pengiriman produk menggunakan jasa kirim barang
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengguna E-commerce yang meningkat 2. Perkembangan teknologi secara cepat yang membantudalam pengembangan bisniis 3. Meningkatnya pemilik hewan peliharaan 4. Daya beli masyarakat yang sangat tinggi pada kebutuhan hewan 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan promo yang menarik dengan memanfaatkan teknologi (S1, O1,O2,O5) 2. Mampu memberikan pelayanan yang cepat tanggap dalam persaingan(S4, O2) 4. Memberikan penjelasan terhadap masyarakat terkait varian produk produk (S2, O3) 5. Penggunaan E-commerce untuk memudahkan proses jual beli dengan mudah (S3, O1, S5,O2,O5) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan pemasaran digital agar brand semakin diketahui masyarakat luas (W1,O2,) 2. Konsumen diharapkan untuk memberikan ulasan di tokopedia dan shopee
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru 2. Adanya produk substitusi 3. Persaingan yang tinggi 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan promo menarik dan inovasi untuk memenangkan persaingan 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan Shopee dan Tokopedia (W1, W2, T2)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



antar toko pet shop.	(S1, S5, T1, T2,T3)	
----------------------	---------------------	--

Sumber : *Happy Dog Pet Shop*

Keterangan Matriks SWOT:

Strategi S-O

1. Menawarkan promo yang menarik dengan memanfaatkan teknologi(S1, O1,O2,O5)
2. Menawarkan promosi berupa potongan harga dengan memanfaatkan *flashsales* yang dimana produk akan muncul di halaman utama e- commerce dengan tujuan menarik konsumen untuk melihat produk sekaligus membelinya.
3. Mampu memberikan pelayanan yang cepat tanggap dalam persaingan seperti dengan menggunakan kemajuan teknologi (S4, O2) Memberikan respon yang cepat jika konsumen bertanya mengenai informasi mengenai produk
4. Memberikan awareness terhadap masyarakat terkait manfaat produk(S2, O3) Menggunakan shopee ads, tokopedia ads dan Instagram ads, mengenai apa saja produk yang tersedia di *Happy Dog Pet Shop*. Penggunaan iklan yang tersedia di beberapa platform belanja online, akan memudahkan konsumen mengetahui produk apa saja yang *Happy Dog Pet Shop* Sediakan. (S3, O1, S5,O2,O5)

Strategi S-T

1. Memberikan promo menarik dan inovasi untuk persaingan (S1, S5, T1, T2,T3) Kegiatan promo menarik dan potongan harga pada hari besar dan hari libur, sertas potongan harga disetiap hari hewan nasional.

Strategi W-O

1. Menggunakan pemasaran digital dalam membangun brand (W1,O2,) Media sosial merupakan sarana digital yang digunakan untuk melakukan promosi brand,



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

contohnya yaitu Instagram. Media sosial ini digunakan untuk melakukan promosi

agar konsumen dapat melihat dan menjangkau informasi serta produk *Happy Dog Pet Shop* dengan mudah.

Strategi W-T

1. Bekerja sama dengan Tokopedia, Shopee mempromosikan nama brand atau layanan online lainnya (W1, W2, T2). Bekerja sama dengan Tokopedia Dan Shopee

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.